

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP
KEPUASAN PELANGGAN PADA ELLA SKIN CARE
CABANG KARTASURA**



**Disusun sebagai salah satu syarat menyelesaikan Program Studi Strata I
pada Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis**

**Oleh :
ANIS AULIA KUSUMA WARDANI
B 100 150 157**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
2019**

HALAMAN PERSETUJUAN

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN
PELANGGAN PADA ELLA SKIN CARE
CABANG KARTASURA**

PUBLIKASI ILMIAH

Oleh:

ANIS AULIA KUSUMA WARDANI

B 100 150 157

Telah diperiksa dan disetujui untuk diuji oleh:

Dosen Pembimbing

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Wiyadi', is written over a horizontal line.

a.g Drs. Wiyadi, M.M., Ph.D

HALAMAN PENGESAHAN

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN
PELANGGAN PADA ELLA SKIN CARE
CABANG KARTASURA**

**OLEH
ANIS AULIA KUSUMA WARDANI
B 100 150 157**

**Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Surakarta
Pada hari, Kamis, 22 Agustus 2019
Dan dinyatakan telah memenuhi syarat.**

Dewan Penguji:

- 1. Drs. Moechammad Nasir, M.M.
(Ketua Dewan Penguji)**
- 2. Drs. Kusdiyanto, M.Si.
(Anggota I Dewan Penguji)**
- 3. Drs. Sri Padmantyo, MBA.
(Anggota II Dewan Penguji)**

(.....)
(.....)
(.....)

Dekan,


Dr. Syamsudin, M.M.
NIDN. 0017025701

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam naskah publikasi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan orang lain, kecuali secara tertulis diacu dalam naskah dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Apabila kelak terbukti ada ketidakbenaran dalam pernyataan saya di atas, maka akan saya pertanggungjawabkan sepenuhnya.

Surakarta, 22 Agustus 2019

Penulis



ANIS AULIA KUSUMA WARDANI
B100150157

ANALISIS PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA ELLA SKIN CARE CABANG KARTASURA

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas layanan yang meliputi keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik terhadap kepuasan pelanggan pada Ella Skin Care cabang Kartasura. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah dengan pendekatan survei lapangan berupa pengisian kuesioner oleh responden. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan Ella Skin Care cabang Kartasura. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan jenis desain *purposive sampling* atau pengambilan sampel berdasarkan pertimbangan tertentu dengan mengambil 125 responden. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu regresi linier berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Kata Kunci: kualitas layanan, dan kepuasan pelanggan.

Abstract

The aim of this research to analyze influence of service quality which includes reliability, responsiveness, assurance, empathy, and tangibles of customers satisfaction at Ella Skin Care in Kartasura. Data collection method is a field survey approach by fill out the questionnaires by respondents. The population of this research is all Ella's customers. The technique sampling in this research uses a type of purposive sampling or sampling based on certain considerations by taking 125 respondents. The data analysis technique used in this research is multiple linier regression. The result of this research is service quality has positive and significant influence to customer satisfaction.

Keywords: service quality, and customers satisfaction

1. PENDAHULUAN

Di zaman yang semakin modern ini telah mengubah pola hidup manusia menjadi sangat antusias. Dimana manusia terus bertekad untuk menemukan inovasi dan merealisasikannya dengan harapan dapat memenuhi kebutuhan hidupnya. Hal ini yang menyebabkan munculnya teknologi-teknologi baru yang semakin canggih, salah satunya teknologi dibidang medis. Semakin canggih teknologi di bidang medis maka semakin canggih pula teknologi yang digunakan dibidang kecantikan.

Perkembangan pada teknologi yang digunakan dibidang kecantikan dan perawatan kulit mengakibatkan perubahan gaya hidup dan perilaku pada masyarakat sehingga membuat masyarakat tidak cukup dengan perawatan di rumah maupun di

salon. Ini merupakan ancaman bagi salon kecantikan karena menjadikan banyak pelanggan salon kecantikan berpindah pada *skin care*. Bisnis dibidang *skin care* menyediakan teknologi yang canggih sehingga dapat membentuk keyakinan pelanggan bahwa perawatan di *skin care* lebih bisa dipercaya dalam mendapatkan hasil yang optimal. *Skin care* menyediakan perawatan kulit yang ditangani oleh petugas yang ahli dalam bidangnya, serta dokter dibidang kulit dan kecantikan. Bisnis *Skin care* juga menyediakan produk yang berkualitas dengan harga yang sesuai.

Dari zaman ke zaman, setiap perempuan pasti sangat peduli terhadap kecantikannya. Tidak hanya materi yang mereka cari, melainkan juga kepuasan karena dapat membuat kulit menjadi cantik dan terawat. Perawatan kulit dan kecantikan menjadi hal yang penting khususnya dikalangan wanita, namun saat ini banyak pria yang juga mengikuti rangkaian perawatan kulit mulai dari membersihkan wajah, facial dengan pengangkatan komedo, hingga menggunakan lotion wajah dan tubuh. Perawatan kulit penting untuk dilakukan secara teratur bagi pelanggan yang beraktivitas diluar rumah dengan tujuan melindungi kulit dari paparan sinar matahari langsung maupun polusi. Hal ini bertujuan untuk mendapatkan hasil yang memuaskan bagi pelanggan, karena wajah yang bersih terawat merupakan hal terpenting untuk menambah kepercayaan dalam diri dan dapat menjadi daya tarik bagi orang yang melihatnya.

Saat ini dunia usaha semakin kompetitif. Bisnis *skin care* yang ada di Surakarta saat ini tidak hanya sedikit, salah satunya ialah Ella Skin Care cabang Kartasura. Dampaknya yaitu menjadikan seluruh bisnis skin care berlomba-lomba untuk menciptakan kepuasan bagi pelanggannya dengan memberikan layanan yang terbaik. Pelanggan yang puas diharapkan untuk tetap loyal pada perusahaan dan memperkenalkan produk barang atau jasa pada orang lain (ditulis Vina Yulmanita ,2010). Pelanggan yang loyal akan berimbas pada peningkatan reputasi perusahaan di mata masyarakat, reputasi perusahaan ini penting sebagai bentuk investasi jangka panjang yang akan meningkatkan keunggulan bagi perusahaan untuk bersaing dengan perusahaan lainnya. Salah satu usaha yang dapat dilakukan untuk menciptakan dan mempertahankan kepuasan konsumen adalah dengan memberikan pelayanan yang baik kepada konsumen.

Lupiyoadi (2013: 216) mengemukakan faktor yang menentukan tingkat keberhasilan dan kualitas perusahaan adalah kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan. Para pelanggan akan mencari produk berupa barang atau jasa dari perusahaan yang dapat memberikan pelayanan yang terbaik kepadanya (dalam Wellyanti Wira Astuti 2012) . Pada bisnis jasa memberikan layanan yang baik pada pelanggan sesuai dengan harapannya adalah cara untuk bertahan dalam persaingan.

Kepuasan konsumen merupakan salah satu kunci keberhasilan suatu bisnis. Kotler (2005: 70) kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja (atau hasil) suatu produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan. Saat hasil yang didapat pelanggan sesuai dengan harapan, maka pelanggan merasa puas. Saat hasil yang didapat kurang dari harapan maka pelanggan merasa tidak puas.

Kualitas layanan dan kepuasan pelanggan berkaitan erat. Kualitas memberikan motivasi kepada pelanggan untuk menjalin ikatan yang kuat dengan perusahaan. Perusahaan yang gagal memuaskan pelanggan karena layanannya umumnya mengalami masalah yang kompleks salah satunya adalah pelanggan yang tidak puas akan menyampaikan pengalaman buruknya kepada orang lain. Pelanggan yang tidak puas mereka akan kecewa, dengan kekecewaan itu pelanggan akan melakukan tindakan komplain, atau tidak sama sekali melakukan apa-apa (diam) bahkan berhenti menjadi pelanggan.

2. METODE

Jenis penelitian ini adalah kuantitatif dengan pendekatan survei lapangan. Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner yang diisi oleh responden yang merupakan pelanggan Ella Skin Care cabang Kartasura. Variabel yang diteliti adalah Variabel dependen (Y) adalah kepuasan pelanggan dan Variable independen(X) meliputi Keandalan (X1), Daya tanggap (X2), Jaminan (X3), Empati (X4), dan Bukti fisik (X5). Data bersumber dari data yang bersifat primer yang diperoleh secara langsung oleh peneliti yang melakukan penelitian contohnya yaitu kuesioner. Populasinya adalah seluruh pelanggan Ella Skin Care di cabang Kartasura. Menggunakan metode pengambilan sampel *nonprobability sampling* dan pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan jenis desain *Purposive*

sampling. Jumlah sampel adalah 125 responden yang merupakan pelanggan Ella Skin Care cabang Kartasura. Metode Analisis Data dengan Uji Instrumen Penelitian meliputi Uji Validitas, dan Uji Reliabilitas; Uji Asumsi Klasik meliputi Uji Normalitas, Uji Multikolinearitas, Uji Heterokedastisitas. Teknik Analisis Data dengan Analisis Regresi Berganda; Pengujian Hipotesis dengan Koefisien Determinasi (R^2), Uji F, dan Uji t.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Deskripsi Data Penelitian

Tabel 1. Karakteristik Jenis Kelamin Responden

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase (%)
Perempuan	111	88,8
Laki-laki	14	11,2
Total	125	100

Sumber: data primer yang diolah, 2019

Dari tabel tersebut dapat dilihat bahwa responden yang sebagian besar berjenis kelamin perempuan yaitu sebanyak 111 orang (88,8%) dan laki-laki sebanyak 14 orang (11,2%).

Tabel 2. Karakteristik Usia Responden

Usia	Jumlah Responden	Persentase (%)
17-21 Tahun	35	28,0
22-26 Tahun	58	46,4
≥ 26 Tahun	32	25,6
Jumlah	125	100

Sumber : data primer yang diolah, 2019

Berdasarkan tabel 2 diketahui responden sebagian besar berusia antara usia 22-26 tahun sebanyak 58 orang (46,4%), umur 17-21 tahun sebanyak 35 orang (28%) dan umur ≥ 26 tahun sebanyak 32 orang (25,6%).

Tabel 3. Karakteristik Pekerjaan Responden

Pekerjaan	Jumlah Responden	Persentase (%)
Pelajar/Mahasiswa	52	41,6
Swasta/Wiraswasta	43	34,4
Lain-Lain	30	24,0
Jumlah	125	100

Sumber : Data primer diolah, 2019

Berdasarkan tabel 3 diketahui dari 125 responden sebagian besar responden dengan profesi sebagai pelajar/mahasiswa sebanyak 52 orang (41,6%), responden

bekerja swasta/wiraswasta sebanyak 43 orang (24%) dan responden dengan profesi lain-lain sebanyak 30 orang (24%).

3.2 Hasil Analisis

Tabel 4. Rangkuman validitas instrumen untuk variabel Keandalan (X_1)

No Item	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
K1	0,647	0,176	Valid
K2	0,726	0,176	Valid
K3	0,732	0,176	Valid
K4	0,605	0,176	Valid
K5	0,642	0,176	Valid

Sumber: data primer yang diolah, 2019

Dari tabel 4 di atas maka dapat dikatakan bahwa 5 butir pernyataan variabel Keandalan dinyatakan valid dengan taraf signifikansi r_{table} untuk sampel 0,05 adalah 0,176. Berdasarkan hasil uji validitas variabel keandalan, menunjukkan bahwa variabel keandalan adalah valid, karena nilai r_{hitung} lebih besar dibandingkan dengan nilai r_{tabel} . Maka dapat disimpulkan bahwa butir-butir pernyataan dalam variabel keandalan layak dipergunakan sebagai instrumen penelitian.

Tabel 5. Rangkuman Validitas Instrumen untuk Variabel Daya Tanggap (X_2)

No Item	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
DT1	0,613	0,176	Valid
DT2	0,741	0,176	Valid
DT3	0,664	0,176	Valid
DT4	0,726	0,176	Valid

Sumber: data primer yang diolah, 2019

Tabel 5 menunjukkan hasil bahwa dalam variabel Daya Tanggap semua butir pernyataan adalah valid. Dengan menggunakan taraf signifikansi nilai r_{tabel} 0,05 adalah 0,176. Variabel daya tanggap dikatakan valid karena berdasarkan tabel 5 menunjukkan bahwa nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$. Maka dari itu, item-item pernyataan yang ada pada variabel daya tanggap layak dipergunakan dalam instrumen penelitian.

Tabel 6. Rangkuman Validitas Instrumen Untuk Variabel Jaminan (X_3)

No Item	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
J 1	0,725	0,176	Valid
J 2	0,651	0,176	Valid
J 3	0,667	0,176	Valid
J 4	0,729	0,176	Valid

Sumber: data primer yang diolah, 2019

Pada tabel 6 pernyataan tentang variabel Jaminan menunjukkan semua butir pernyataan adalah valid dengan taraf signifikansi 0,05 adalah 0,176. Variabel

jaminan dikatakan valid karena pada tabel 6 menunjukkan bahwa nilai r_{hitung} lebih besar dibandingkan dengan nilai r_{tabel} . Sehingga empat item pernyataan variabel jaminan dapat digunakan sebagai instrumen penelitian.

Tabel 7. Rangkuman Validitas Instrumen Untuk Variabel Empati (X_4)

No Item	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
E1	0,718	0,176	Valid
E2	0,629	0,176	Valid
E3	0,667	0,176	Valid
E4	0,720	0,176	Valid

Sumber: data primer yang diolah, 2019

Nilai r_{tabel} untuk sampel dengan taraf signifikansi 0,05 adalah 0,176. Dari tabel 7 menunjukkan bahwa semua butir pernyataan tentang variabel empati berstatus valid, karena $r_{hitung} > r_{tabel}$. Oleh karena itu disimpulkan bahwa semua butir pernyataan kuesioner variabel empati dapat digunakan sebagai instrumen penelitian.

Tabel 8. Rangkuman Validitas Instrumen Untuk Variabel Bukti Fisik (X_5)

No Item	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
BF 1	0,735	0,176	Valid
BF 2	0,736	0,176	Valid
BF 3	0,712	0,176	Valid
BF 4	0,680	0,176	Valid

Sumber: data primer yang diolah, 2019

Tabel 8 pernyataan tentang variabel (X_5) Bukti Fisik menunjukkan bahwa empat butir pernyataan menunjukkan valid dengan taraf signifikansi nilai r_{tabel} untuk sampel 0,05 adalah 0,176. Berdasarkan hasil uji validitas untuk variabel bukti fisik, menunjukkan bahwa nilai r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} , maka disimpulkan bahwa variabel bukti fisik adalah valid dan butir-butir pernyataan dalam variabel bukti fisik layak dipergunakan dalam instrumen penelitian.

Tabel 9. Rangkuman Validitas Instrumen Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)

No Item	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
KP 1	0,636	0,176	Valid
KP 2	0,686	0,176	Valid
KP 3	0,795	0,176	Valid
KP 4	0,735	0,176	Valid

Sumber: data primer yang diolah, 2019

Tabel 9 merupakan hasil rangkuman uji validitas variabel kepuasan pelanggan. Berdasarkan hasil yang didapat menunjukkan bahwa butir-butir yang ada dalam variabel kepuasan pelanggan berstatus valid dengan taraf signifikansi nilai r_{tabel} untuk sampel 0,05 adalah 0,176. Nilai r_{hitung} pada tabel diatas menunjukkan

bahwa lebih besar daripada nilai r_{tabel} , maka dapat disimpulkan variabel kepuasan pelanggan berstatus valid. Dengan demikian, empat butir pernyataan kuesioner dalam variabel kepuasan pelanggan dapat digunakan sebagai instrumen penelitian.

Tabel 10. Hasil Uji reliabilitas

Variabel	r_{alpha}	r_{tabel}	Keterangan
Keandalan (X_1)	0,689	0,60	Reliabel
Daya Tanggap (X_2)	0,626	0,60	Reliabel
Jaminan (X_3)	0,640	0,60	Reliabel
Empati (X_4)	0,622	0,60	Reliabel
Bukti Fisik (X_5)	0,683	0,60	Reliabel
Kepuasan pelanggan (Y)	0,682	0,60	Reliabel

Sumber: data primer yang diolah, 2019

Dari tabel 10 menunjukkan bahwa semua variabel baik Keandalan, Daya Tanggap, Jaminan, Empati, Bukti Fisik dan kepuasan pelanggan (Y) adalah reliabel karena mempunyai nilai alfa cronbach $> 0,6$, sehingga seluruh item pernyataan pada setiap variabel yang diteliti dapat digunakan sebagai alat untuk mengumpulkan data.

Tabel 11. Hasil Pengujian Normalitas

Variabel	<i>Kolmogorov-Smirnov Z</i>	<i>p-value</i>	Keterangan
Kepuasan Pelanggan	0,672	0,757	Normal

Sumber: data primer yang diolah, 2019

Berdasarkan hasil *pengujian* normalitas diketahui bahwa nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* 0,757 lebih besar dari $\alpha = 5\%$ ($p > 0,05$), sehingga dapat dinyatakan bahwa keseluruhan data yang diperoleh memiliki sebaran data yang normal dan model regresi dalam penelitian ini dikatakan telah memenuhi asumsi normalitas.

Tabel 12. Hasil Pengujian Multikolinieritas

No	Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
1	Keandalan (X_1)	0,548	1,825	Tidak terjadi multikolinieritas
2	Daya Tanggap (X_2)	0,492	2,031	Tidak terjadi multikolinieritas
3	Jaminan (X_3)	0,548	1,825	Tidak terjadi multikolinieritas
4	Empati (X_4)	0,592	1,690	Tidak terjadi multikolinieritas
5	Bukti Fisik (X_5)	0,561	1,781	Tidak terjadi multikolinieritas

Sumber : data primer yang diolah, 2019

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa tidak ada variabel yang memiliki nilai VIF lebih besar dari 10 dan tidak ada variabel yang memiliki nilai tolerance lebih kecil dari 0,1. Sehingga dapat disimpulkan tidak terdapat korelasi antara variabel bebas, dengan demikian dipastikan tidak terjadi multikolinieritas pada model regresi yang diuji.

Tabel 13. Hasil Pengujian Heteroskedastisitas

Variabel	BAB ISign.	Kesimpulan
Keandalan	0,222	Tidak Terjadi Heteroskedastisitas
Daya Tanggap	0,219	Tidak Terjadi Heteroskedastisitas
Jaminan	0,099	Tidak Terjadi Heteroskedastisitas
Empati	0,326	Tidak Terjadi Heteroskedastisitas
Bukti Fisik	0,449	Tidak Terjadi Heteroskedastisitas

Sumber : data primer yang diolah, 2019

Dari tabel 13 berdasarkan uji heteroskedastisitas diolah menggunakan program SPSS versi 21.00 menunjukkan bahwa nilai residual untuk variabel keandalan, daya tanggap, jaminan, empati dan bukti fisik memiliki nilai signifikansi $> 0,05$ berarti bebas dari heteroskedastisitas.

Tabel 14. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Variabel	Koefisien	t	Sig.
Konstanta	3,012	2,771	0.006
Keandalan	0,115	2,182	0,031
Daya Tanggap	0,135	2,026	0,045
Jaminan	0,274	3,507	0,001
Empati	0,220	3,067	0,003
Bukti Fisik	0,149	2,057	0,042
$R^2 = 0,607$			
F = 36,790 Sig = 0,000			

Sumber : data primer yang diolah, 2019

Hasil analisis regresi linear berganda dapat ditulis persamaannya sebagai berikut : $Y = 3,012 + 0,115 X_1 + 0,135 X_2 + 0,274X_3 + 0,220X_4 + 0,149X_5 + e$

Interpretasi dari masing-masing koefisien variabel adalah sebagai berikut: (a) a = Nilai konstanta sebesar 3,012 berarti bila variabel kualitas pelayanan tidak ada atau sama dengan nol, maka kepuasan pelanggan sebesar 3,012 . (b) b_1 = Variabel keandalan memiliki koefisien dengan arah positif yaitu sebesar 0,115, koefisien ini menunjukkan pengaruh variabel keandalan terhadap kepuasan pelanggan sebesar 0,115. Artinya apabila keandalan naik 1 point maka kepuasan pelanggan akan naik sebesar 0,115 dengan asumsi variabel lain tetap. (c) b_2 = Variabel Daya Tanggap memiliki koefisien dengan arah positif yaitu sebesar 0,135, koefisien ini menunjukkan pengaruh variabel Daya Tanggap terhadap kepuasan pelanggan sebesar 0,135. Artinya apabila Daya Tanggap naik 1 point maka kepuasan pelanggan akan naik sebesar 0,135 dengan asumsi variabel lain tetap. (d) b_3 = Variabel Jaminan memiliki koefisien dengan arah positif yaitu sebesar 0,274, koefisien ini

menunjukkan pengaruh variabel Jaminan terhadap kepuasan pelanggan sebesar 0,274. Artinya apabila Jaminan naik 1 point maka kepuasan pelanggan akan naik sebesar 0,274 dengan asumsi variabel lain tetap. (e) b_4 = Variabel Empati memiliki koefisien dengan arah positif yaitu sebesar 0,220, koefisien ini menunjukkan pengaruh variabel Empati terhadap kepuasan pelanggan sebesar 0,220. Artinya apabila Empati naik 1 point maka kepuasan pelanggan akan naik sebesar 0,220 dengan asumsi variabel lain tetap. (f) b_5 = Variabel Bukti Fisik memiliki koefisien dengan arah positif yaitu sebesar 0,149, koefisien ini menunjukkan pengaruh variabel Bukti Fisik terhadap kepuasan pelanggan sebesar 0,149. Artinya apabila Bukti Fisik naik 1 point maka kepuasan pelanggan akan naik sebesar 0,149 dengan asumsi variabel lain tetap.

Dari pernyataan diatas dapat disimpulkan bahwa kelima variabel bebas yaitu Keandalan, Daya Tanggap, Jaminan, Empati, dan Bukti Fisik memberikan kontribusi positif terhadap kepuasan pelanggan.

Dari hasil perhitungan diperoleh nilai koefisien determinasi (adjusted R^2) dapat dilihat pada tabel 14 yaitu sebesar 0,607 hal ini berarti bahwa variabel bebas dalam model (variabel Keandalan, variabel Daya Tanggap, variabel Jaminan, variabel Empati dan variabel Bukti Fisik) menjelaskan variasi kepuasan pelanggan di Ella Skin Care cabang Kartasura sebesar 60,7% dan 39,3% dijelaskan oleh faktor atau variabel lain di luar model misalnya promosi dan harga.

Hasil analisis uji F dapat dilihat pada tabel 14 diatas, diperoleh nilai F_{hitung} sebesar 36,790 dengan nilai signifikansi 0,000, sehingga keputusannya menolak H_0 . Dengan demikian secara simultan kelima variabel bebas yang meliputi Kandalan, Daya Tanggap, Jaminan, Empati, dan Bukti Fisik berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Ella Skin Care cabang Kartasura, hal ini berarti model regresi yang digunakan dalam penelitian ini tepat.

Uji t yang berkaitan dengan Keandalan (X_1) terhadap kepuasan pelanggan (Y). Dari perhitungan tersebut diperoleh hasil dari $t_{hitung} = 2,182 > t_{tabel} = 1,980$, maka H_0 ditolak berarti menerima H_1 sehingga ada pengaruh yang signifikan Keandalan terhadap kepuasan pelanggan. Ini membuktikan bahwa hipotesis pertama yang menyatakan “Diduga keandalan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Ella Skin Care cabang Kartasura” terbukti kebenarannya.

Uji t yang berkaitan dengan Daya Tanggap (X_2) terhadap kepuasan pelanggan (Y). Dari perhitungan tersebut diperoleh hasil dari $t_{hitung} = 2,026 > t_{tabel} = 1,980$, maka H_0 ditolak berarti menerima H_2 sehingga ada pengaruh yang signifikan daya tanggap terhadap kepuasan pelanggan. Ini membuktikan bahwa hipotesis kedua yang menyatakan “Diduga daya tanggap berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Ella Skin Care cabang Kartasura” terbukti kebenarannya.

Uji t yang berkaitan dengan Jaminan (X_3) terhadap kepuasan pelanggan (Y). Dari perhitungan tersebut diperoleh hasil dari $t_{hitung} = 3,507 > t_{tabel} = 1,980$, maka H_0 ditolak berarti menerima H_1 sehingga ada pengaruh yang signifikan Jaminan terhadap kepuasan pelanggan. Ini membuktikan menunjukkan bahwa hipotesis ketiga yang menyatakan “Diduga jaminan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Ella Skin Care cabang Kartasura” terbukti kebenarannya.

Uji t yang berkaitan dengan Empati (X_4) terhadap kepuasan pelanggan (Y). Dari perhitungan tersebut diperoleh hasil dari $t_{hitung} = 3,067 > t_{tabel} = 1,980$, maka H_0 ditolak berarti menerima H_4 sehingga ada pengaruh yang signifikan Empati terhadap kepuasan pelanggan. Ini membuktikan menunjukkan bahwa hipotesis keempat yang menyatakan “Diduga empati berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Ella Skin Care cabang Kartasura” terbukti kebenarannya.

Uji t yang berkaitan dengan Bukti Fisik (X_5) terhadap kepuasan pelanggan (Y). Dari perhitungan tersebut diperoleh hasil dari $t_{hitung} = 2,057 > t_{tabel} = 1,980$, maka H_0 ditolak berarti menerima H_5 sehingga ada pengaruh yang signifikan Bukti Fisik terhadap kepuasan pelanggan. Ini membuktikan menunjukkan bahwa hipotesis kelima yang menyatakan “Diduga bukti fisik berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Ella Skin Care cabang Kartasura” terbukti kebenarannya.

3.3 Pembahasan

Keandalan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Berdasarkan hasil Uji t yang menyatakan hipotesis “Keandalan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Ella Skin Care cabang Kartasura” terbukti kebenarannya. Hasil analisis untuk pengaruh variabel Keandalan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Ella Skin Care cabang Kartasura diperoleh nilai $t_{hitung} = 2,182 > t_{tabel} = 1,980$, maka H_0 ditolak berarti menerima H_1 sehingga ada pengaruh yang signifikan Keandalan terhadap kepuasan pelanggan. Dari hasil ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Haryanto (2013); Sriwidodo (2010); Oktafani dkk (2014); Nur Cahya dkk (2013);

Nurmalasari (2013); Suyadi dkk (2019); Fathoni dkk (2019); Panjaitan (2014); Masrurul (2019); Sarker dan Borhan (2017); yang menyatakan adanya pengaruh signifikan antara variabel keandalan terhadap kepuasan pelanggan.

Keandalan yang diberikan oleh pegawai Ella Skin Care cabang Kartasura mempengaruhi kepuasan yang dirasakan pelanggan. Hasil ini membuktikan bahwa keandalan dari pelayanan pegawai mampu memuaskan konsumen yang ditunjukkan dalam bentuk ketepatan memberikan informasi dengan akurat, kehandalan pegawai dalam bekerja, kemampuan dalam pengetahuan tentang produk-produk Ella Skin Care, ketepatan dalam memberikan layanan pada saat kunjungan pertama, serta kesesuaian dalam memberikan jenis layanan dengan yang ditawarkan. Keandalan (*reliability*) yang diberikan Ella Skin Care sudah terbukti memiliki reputasi yang baik. Implikasi dari penemuan ini menunjukkan bahwa pengelola Ella Skin Care cabang Kartasura harus selalu mempertahankan dan meningkatkan kepuasan pelanggan yang dapat mempengaruhi intensitas penjualan.

Daya Tanggap berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Berdasarkan hasil uji t yang menyatakan hipotesis “Daya Tanggap berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Ella Skin Care cabang Kartasura” terbukti kebenarannya. Hasil analisis untuk pengaruh variabel Daya Tanggap terhadap Kepuasan Pelanggan pada Ella Skin Care cabang Kartasura diperoleh nilai $t_{hitung} = 2,026 > t_{tabel} = 1,980$, maka H_0 ditolak berarti menerima H_2 sehingga ada pengaruh yang signifikan daya tanggap terhadap kepuasan pelanggan. Dari hasil penelitian ini menunjukkan kesamaan (konsisten) dengan penelitian yang dilakukan oleh Nurmalasari (2013); Suyadi dkk (2019); Haryanto (2013); Sriwidodo (2010); Oktafani dkk (2014); Nur Cahya dkk (2013); Masrurul (2019); Panjaitan dkk (2014); yang menyatakan adanya pengaruh signifikan antara variabel independen yang berarti daya tanggap terhadap variabel dependen yang berarti kepuasan pelanggan.

Saat pelanggan Ella Skin Care dapat merasakan kepuasan atas layanan yang diberikan seperti kecepatan dan ketepatan dalam melayani dan memberi solusi pada keluhan pelanggan, kesediaan pegawai dalam merespon dan fokus dalam menanggapi berbagai permintaan pelanggan. Dimana, daya tanggap yang diberikan Ella Skin Care sudah terbukti memiliki reputasi yang baik. Implikasi dari penemuan ini menunjukkan bahwa pentingnya bagi pengelola mempertahankan dan meningkatkan kepuasan pelanggan yang dapat mempengaruhi intensitas penjualan.

Jaminan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Berdasarkan hasil Uji t yang menyatakan hipotesis “Jaminan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Ella Skin Care cabang Kartasura” terbukti kebenarannya. Hasil analisis untuk pengaruh variabel Jaminan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Ella Skin Care cabang Kartasura diperoleh nilai $t_{hitung} = 3,507 > t_{tabel} = 1,980$, maka H_0 ditolak berarti menerima H_1 sehingga ada pengaruh yang signifikan Jaminan terhadap kepuasan pelanggan. Dari hasil penelitian ini menunjukkan kesamaan (konsisten) dengan penelitian Nurmalasari (2013); Suyadi dkk (2019); Haryanto (2013); Sriwidodo (2010); Oktafani dkk (2014); Panjaitan (2014); Masrurul (2019); Sarker dan Borhan (2017); Nur Cahya (2013); yang menyatakan bahwa adanya pengaruh signifikan antara variabel kualitas layanan yaitu jaminan terhadap kepuasan pelanggan.

Saat konsumen memiliki persepsi terhadap kualitas layanan dengan atribut jaminan yang diberikan, maka konsumen akan menilai apakah layanan yang diberikan tersebut dirasa memuaskan atau tidak memuaskan bagi mereka dan melakukan perbandingan dengan layanan perusahaan lain. Pada dasarnya konsumen menilai bahwa layanan yang diberikan pegawai Ella Skin Care pada variabel Jaminan (*assurance*) sudah sesuai dengan harapan mereka seperti kesopanan dan keramahan pegawai, kompetensi dan keprofesionalan pegawai, mampu membentuk keyakinan pelanggan, serta mampu memberikan perasaan aman saat melakukan transaksi dan perawatan, maka jaminan yang diberikan Ella Skin Care cabang Kartasura sudah terbukti memiliki reputasi yang baik. Implikasi dari penemuan ini menunjukkan bahwa memang perlu bagi pengelola dalam mempertahankan dan meningkatkan kepuasan pelanggan yang dapat mempengaruhi intensitas penjualan.

Empati berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Berdasarkan hasil Uji t yang menyatakan “Empati berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Ella Skin Care cabang Kartasura” terbukti kebenarannya. Hasil analisis untuk pengaruh variabel Empati terhadap Kepuasan Pelanggan pada Ella Skin Care cabang Kartasura diperoleh nilai dari $t_{hitung} = 3,067 > t_{tabel} = 1,980$, maka H_0 ditolak berarti menerima H_4 sehingga ada pengaruh yang signifikan variabel Empati terhadap kepuasan pelanggan. Dari hasil penelitian ini menunjukkan kesamaan (konsisten) dengan penelitian yang dilakukan Suyadi dkk (2019); Haryanto (2013); Sriwidodo (2010); Oktafani dkk (2014); Nur Cahya dkk (2013); Panjaitan dkk (2014); Masrurul (2019); Sarker dan Borhan (2017); Nurmalasari (2013) yang menyatakan bahwa variabel

kualitas layanan yang termasuk empati berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan.

Empati (*empathy*) merupakan bentuk layanan yang diberikan kepada konsumen seperti memberikan perhatian, pelayanan yang aman, serta keramahan dalam pelayanan. Pelanggan Ella Skin Care telah puas dengan layanan dalam atribut empati yang diberikan oleh pegawai Ella Skin Care cabang Kartasura, pelayanan yang diberikan telah sesuai dengan harapan mereka. Empati yang diberikan Ella Skin Care telah terbukti memiliki reputasi baik dibenak konsumen. Implikasi dari penemuan ini menunjukkan bahwa pentingnya pengelola dalam meningkatkan dan mempertahankan kepuasan pelanggan yang dapat mempengaruhi intensitas penjualan.

Bukti Fisik berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Berdasarkan hasil Uji t yang menyatakan hipotesis “Bukti Fisik berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Ella Skin Care cabang Kartasura” terbukti kebenarannya. Hasil analisis untuk pengaruh variabel Bukti Fisik terhadap Kepuasan Pelanggan pada Ella Skin Care cabang Kartasura diperoleh nilai $t_{hitung} = 2,057 > t_{tabel} = 1,980$, maka H_0 ditolak berarti menerima H_5 sehingga ada pengaruh yang signifikan Bukti Fisik terhadap kepuasan pelanggan. Dari hasil penelitian ini menunjukkan kesamaan (konsisten) dengan penelitian yang dilakukan Nuralmasari (2013); Suyadi dkk (2019); Haryanto (2013); Oktafani dkk (2014); Nur Cahya dkk (2013); Panjaitan dkk (2014); Masrurul tahun (2019); Sriwidodo (2010) yang menyatakan bahwa adanya pengaruh signifikan variabel bukti fisik terhadap kepuasan pelanggan.

Bukti fisik (*tangibles*) merupakan layanan yang diberikan kepada konsumen berkenaan dengan penampilan dan kondisi tempat, kebersihan pegawai, serta peralatan modern yang mendukung. Hasil dari penelitian ini menunjukkan kepuasan pelanggan terhadap variabel bukti fisik yang mana pelanggan menilai variabel bukti fisik telah sesuai dengan harapan mereka. Maka bukti fisik yang diberikan Ella Skin Care telah terbukti memiliki reputasi yang baik. Implikasi dari penemuan ini menunjukkan bahwa memang perlu bagi pengelola untuk meningkatkan dan mempertahankan kepuasan bagi pelanggan yang dapat mempengaruhi intensitas penjualan.

4. PENUTUP

4.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang telah dilakukan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

- a. Keandalan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Ella Skin Care cabang Kartasura, sehingga H_1 yang menyatakan bahwa keandalan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan terbukti kebenarannya.
- b. Daya tanggap berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Ella Skin Care cabang Kartasura, sehingga H_2 yang menyatakan bahwa daya tanggap berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan terbukti kebenarannya.
- c. Jaminan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Ella Skin Care cabang Kartasura, sehingga H_3 yang menyatakan bahwa jaminan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan terbukti kebenarannya.
- d. Empati berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Ella Skin Care cabang Kartasura, sehingga H_4 yang menyatakan bahwa empati berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan terbukti kebenarannya.
- e. Bukti fisik berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Ella Skin Care cabang Kartasura, sehingga H_5 yang menyatakan bahwa bukti fisik berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan terbukti kebenarannya.

4.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas peneliti memberikan beberapa saran sebagai berikut:

- a. Pengelola diharapkan memperhatikan faktor keandalan dengan cara karyawan dalam melayani atau bertugas selalu bersikap profesional yaitu cepat dan tepat sehingga tidak terjadi kesalahan, tepat dan benar sesuai yang diharapkan pelanggan.
- b. Pengelola diharapkan memperhatikan faktor daya tanggap dengan cara memberikan pelayanan dan membantu para pelanggan yang membutuhkan dengan cepat dan tanggap.
- c. Pengelola diharapkan memperhatikan faktor jaminan dengan cara meningkatkan kesopanan, keramahtamahan, perhatian dan sifat dapat dipercaya sehingga kepercayaan dan keyakinan pelanggan terhadap Ella Skin Care cabang Kartasura terjamin.

- d. Pengelola diharapkan memperhatikan faktor empati dengan cara selalu menjaga hubungan komunikasi yang baik, memahami kebutuhan dan keinginan pelanggan serta dapat memahami minat dan kemauan pelanggan.
- e. Pengelola diharapkan memperhatikan faktor bukti fisik dengan cara memberi fasilitas sarana dan prasarana yang memadai dan tersedianya ruang tunggu yang luas atau lokasi di sekitar selalu bersih, rapi dan tentram sehingga pelanggan yang datang merasa senang dan gembira.
- f. Penelitian selanjutnya diharapkan menambahkan variabel lain yang dapat berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Ella Skin Care cabang Kartasura, misal: kualitas produk dan harga produk.
- g. Penelitian selanjutnya diharapkan bisa menambah jumlah responden sebagai sampel, sehingga hasil yang didapat lebih akurat.

DAFTAR PUSTAKA

- Edy Haryanto. *“Kualitas Layanan, Fasilitas dan Harga Pengaruhnya terhadap Kepuasan Pengguna Jasa Layanan pada Kantor Samsat Manado”*, Jurnal EMBA Vol. 1, No. 3, hal 753-755. 2013.
- Feliks Anggia Binsar Kristian P and Hotman Panjaitan. *“Analysis of Customer Loyalty through Total Quality Service, Customer Relationship Management and Customer Satisfaction”*, International Journal of Evaluation and Research in Education (IJERE) Vol.3, No.3, September 2014.
- Ferdinand, Augusty. 2014. *Metode Penelitian Manajemen Pedoman Penelitian untuk Penulisan Skripsi Tesis dan Disertai Ilmu Manajemen Edisi 5*. Semarang, Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hussein M. Al-Borie. *“Patients Satisfaction of Service Quality in Saudi Hospitals: a Servqual Analysis”*, International Journal of Health Care Quality Assurance Vol. 26. No. 1. 2013.
- Istianto, John Hendra dan Maria Josephine Tyra. *“Analisis Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan Rumah Makan Ketty Resto”*. Jurnal Ekonomi dan Informasi Akuntansi. 2011.
- Kotler, Philip. 2005. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Prenhalindo.
- Kotler, Philip. 2007. *Manajemen Pemasaran di Indonesia: Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Pengendalian*. Jakarta: Salemba Empat
- Lupiyoadi, Rambat, 2013, *Manajemen Pemasaran Jasa*, edisi ketiga, Jakarta, Salemba Empat.

- Md. Abdus Salam Sarker and N R M Borhan Uddin. *"Influence of Service Quality on Customer Satisfaction in Retail Banking: A Study on Some Private Commercial Banks in Bangladesh"*, Green University Review ISSN 2218-5283. 2017.
- Mowla Mohammad Masrurul. *"Impact of Service Quality on Customer Satisfaction in Bangladesh Tourism Industry: An Empirical Study"*, Advances In Management Vol. 12, 2019.
- Nining Catur Pawestringtyas, Suharyono, dan Iman Suyadi. *"Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa terhadap Kepuasan Nasabah"*, Jurnal Administrasi Bisnis (JAB) Vol. 32, No. 2, hal 41. 2016.
- Reza Dimas Sigit P, dan Farah Oktafani. *"Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Lapangan Futsal"*. Vol. 1, No. 3. 2014.
- Rischa Merinda Nurmalasari. *"Analisis Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan Klinik Kecantikan Profira di Surabaya"*, Jurnal Ilmiah Mahasiswa Universitas Surabaya Vol. 2, No. 1, hal 3-4. 2013.
- Rochyan Ridlo Rien Rizqy, Moh. Mukeri Warso, Aziz Fathoni. *"Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen"*, Journal of Management Vol. 2, No. 2. 2016.
- Ruth Amryyanti, I Putu Gde Sukaat-madja, dan Ketut Nur Cahya. *"Pengaruh Kualitas Pelayanan, Produk, dan Kewajaran Harga terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan pada LnC Skin Care Singaraja"*, E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana ISSN 2580-5312 Vol. 2, No. 1, hal 24. 2013.
- Sanjay K Jain and Garima Gupta. *"Measuring Service Quality: Servqual vs Servperf Scales"*, Vol. 29, No. 2, April-Juni. 2004.
- Sekaran, Uma, dan Bougie, Roger, 2017, *Metode Penelitian untuk Bisnis*, edisi 6 buku 2, Jakarta, Salemba Empat.
- Tjiptono, Fandy, 2007, *Manajemen Pemasaran*, Malang, Banyumedia Publishing.
- Tjiptono, Fandy, 2014, *Pemasaran Jasa*, Yogyakarta, Andi Offset.
- Untung Sriwidodo. *"Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa Terhadap Kepuasan Nasabah"*, Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan Vol. 10, No. 2, hal 167. 2010.
- Wellyanti Wira Astuti. *"Analisis Kepuasan Pelanggan Mengenai Kualitas Pelayanan Service Excellent Komputer Semarang"*. Management Analysis Journal. ISSN 2252-6552 hal 2. 2012.
- William E., Killbourne Jo Ann, Duffy Michael Duffy and George Giarchi. *"The Applicability of Servqual in cross-national Measurements of Health care Quality"*, Journal of Services Marketing Volume 18 Number pp 524-533. 2004.
- Yulmanita, Vina. *"Analisis Kepuasan Pelanggan atas Layanan Customer Service pada Galeri Indosat Semarang"*, Institutional Repository Diponegoro University. 2010.